〝被曝農業時代〟を生きぬく

第21回

二本松農園代表の齊藤登さん
福島産農産品をストーリーとともに売り出す力㊥

東京・下北沢にオープンした「ふくしま　オルガン堂」。福島県産の農産物の直売や、それらを使った料理を提供する。

風評被害で困っている福島県の農業者を支援するため、彼らの農産品を自社のブログとネットショッピングを駆使しながら、販売の支援をしてきた二本松市の任意団体・がんばろう福島、農業者等の会（現在はNPO法人）。当初の売り上げは想像以上の伸びをみせたが、震災から2カ月後を境に段々と縮小してきた。代表の齊藤登さん（53）は、企業や消費者団体が首都圏で開催するようになった復興のイベントに打って出る。

（取材・まとめ／窪田新之助）

震災から時間が経つと、支援してくれる人たちは満足してしまうんですよね。「農産品を買って福島を助けた」と。それでネット販売は段々と落ちていった。そんな時、イベントの話が持ち掛けられたんです。

首都圏のあちこちに出向きました。イベント前日の夕方に会員のところを回り、野菜や果物を集荷する。そのまま東北自動車道に乗り、東京に近い埼玉県の蓮田サービスエリアで車中仮眠。早朝から店頭で作業を始めていました。お金がないから、最初は私が何でも一人でやっていましたよ。でも、50歳だから体力的にはきつかった。

ボランティア精神に富んだ人々

やがて一人ではなくなる。イベント活動を続けているうち、どこからともなくボランティアとして協力したい人々が集まってきたのである。

イベントをやっていて気づいたことがあります。それは、若者の中には被災地のために何かをしたいという人が多いこと。特に女性にボランティアの志願者が多い。まあ、店頭には僕みたいなおじさんが立つより、若い女性にいてもらった方がいいですから。やがて福島から野菜や果樹を持って来れば、放っておいても彼女たちが売ってくれるようになりました。これは本当に助かりましたね。

それから、カトリック教会の敷地内にも店を出させてもらうことになったんです。定期的な販売ができるとあって、これもありがたい。

最初は吉祥寺と目白の教会。それが『カトリック新聞』に取り上げられて、目黒や田園調布、高輪などの教会からも声をかけてもらえるようになった。カトリック教会も福島のために何か応援したいという印象でしたよ。当時はカトリック教会だけで、多い時には月に7、8カ所伺ったかな。「買い物過疎」と呼ばれる多摩ニュータウンにも行きました。これまでに出張したのは130回。1カ所の売り上げは平均7万円ほどですかね。

風評被害が差別に変化する心配

そうやって活動の場を広げていた

矢先、ある事件が起きる。福島県の佐藤雄平知事が2011年産の新米について「安全宣言」をしたのだ。しかし、この後、県内では放射性セシウムが国の基準値を上回るコメが見つかった。これをきっかけに、齊藤さんは自主検査をするための専用機器を導入する。

　風評被害を引き起こす出来事を時系列でみた時、一番痛かったのが県知事による「安全宣言」でした。直後に基準値を超えるコメが見つかり、福島産の農産品の信用はがた落ちとなりましたね。うちにも問い合わせが来ました。本当に安全なのか。「測定方法は大丈夫なのか」と。

　それですぐに動きました。その日のうちに、私が事務局長を務める福島県有機農業ネットワークのつてで、放射性物質の検査機器を入れたんです。それまでは県の検査に依頼していましたが、以後、自主検査を始めましたね。

齊藤さんは、風評被害は収まるどころか、むしろ悪いままの状態が続いているという。それがやがて差別に変わることを恐れている。

　差別とは何か。例えば次のような話だと思います。

　あるバイヤーは福島の畜産関係者に、県産牛肉を震災前の半額で仕入れさせろと言ってくる。残りの半額は東電からの賠償で支払ってもらえるだろうと。農家の手取りは変わらないから、問題ないではないかという主張なんです。

　実はこういう酷いシステムが、ほかの農産品でも出来上がりつつあるんですね。野菜や果樹の市場価格を見ても、今は震災前の半値ですから。こうしたシステムができてしまえば、それは風評被害ではなく、まさに差別。一過性の事態ではなく、後世に禍根を残すことになる。それが心配なんです。

2割のコアな消費者向けの戦略を

福島を差別の対象にしない、させない。そのためには、まずは分かってくれる人たちに県産の農産品を購入してもらわなくてはいけない。

　復興のイベントに出店して首都圏の人たちと触れ合った感覚では、5割の人は福島産をまったく相手にしない。これに対し、残り3割は食べないけれども、それは情報が不足しているのが理由かなと。食べ物に関するリスクがどの程度で、安全管理がどの程度なされているのかを知らないんですね。そして、最後の2割の人たちは食べて応援するという構成になっていると思います。

　私たちはまず、この2割のコアな人たちに訴えかけていきたい。そのための活動がブログであったり、ネット販売であったり。これから、まずは彼らを中心に訴えかけていくつもりです。その後に3割の人、5割の人にできることを広げていきたい。

ブログとネットショッピング、イベントでの販売に加え、齊藤さんは新たな試みに取り掛かった。東京都世田谷区の下北沢に3月半ばに、農産品の直売とレストランを兼ねる店「ふくしま　オルガン堂」を開いたのだ。都内に避難している福島県民が集えるスペースもある、いわば交差点のような場所だ。差別を作らせないため、ここで多くの情報や意見が交換されることを期待する。齊藤さんが追い求める、福島と首都圏の人々との新たな交流のあり方を次号で紹介する。

（続く）

農産物販売にボランティアで参加する女性たち（齊藤さん提供）